

政治抗議事件中媒體的創新使用與實踐：以太陽花運動為例

劉時君、蘇蘅

摘要

近年政治抗議事件中，網路與社群媒體的重要性漸漸超越傳統媒體，扮演對話和動員的角色，但是傳統媒體仍對公民參與有相當影響力，新舊媒體交互使用成爲當代政治抗議的新景觀。本研究以2014年太陽花運動爲例，以深度訪談此次事件十二位重要行動者的媒體使用行爲，發現太陽花運動中的新舊媒體運用有三種特色：一、是新媒體在政治抗議行動中能發揮「無組織的組織」功能，賦權年輕世代以議題分享和串聯中介方式，快速聚合大量群眾參與行動。二、新舊媒體混合使用，有助抗議者的多元表達，快速和線下民眾對話，從價值、政治不平、物資支援和心理上達到宣傳最大效益。三、政治抗議過程中，社群媒體利用主流新聞議題和線下活動，在不同階段號召群眾以自由意志決定如何參與，終能轉化成多數人的集體行動，但主流媒體也和網路媒體相互影響，改變政治傳播樣貌。結論指出，網路媒體和傳統媒體的創新使用，使得台灣政治抗議事件進入社會事件與科技整合運用的新階段，科技特色不但讓行動者的媒體使用創新，且提供另類論述的發聲機會，形成對抗議運動新的意義。

- ◎ 關鍵字：太陽花運動、社群媒體、政治抗議、網路、主流媒體
- ◎ 本文第一作者劉時君為政治大學新聞所碩士；第二作者蘇蘅為政治大學新聞系教授。
- ◎ 通訊作者為蘇蘅，聯絡方式：Email：herngsu@nccu.edu.tw；電話：02-29393091分機67663；通訊處：116台北市指南路二段64號政治大學新聞學系。
- ◎ 收稿日期：2016/08/11 接受日期：2017/07/11
- ◎ 本文承匿名評審及編委會提出修改意見，悉心指正，特此感謝。

Mediating the Sunflower Movement: Hybrid Media Networks in a Digital Age

Shih-chun Liu, Heng Su

Abstract

This paper aims to trace the contemporary hybrid media network in a Taiwanese political protest context, focusing mainly on the 2014 Sunflower movement (also known as Occupy Parliament) in Taiwan. The proliferation of digital media use in this protest makes it an significant case study in regard to tracing the complex media networks at work in recent political protests. Tech-savvy activists utilized digital technology such as social media, online streaming services, Google Maps, and collaborative online editing tools to distribute messages and live news, while mainstream media also show signs of technological innovation in reporting news from the event, with newspapers providing live report via internet and social media.

This research conducts a set of qualitative interviews with heterogenous actors from mainstream media and alternative media who participated in the Sunflower Movement, from which in-depth data will be gathered and analyzed. In conclusion, the authors argue that mainstream and alternative media form links through technology and digital tools in modern political protest. Interactive technology can be seen as conducive to contemporary transnational political activism. The study further provides an empirical account of the transforming media networks in action in a political protest context.

⊙ Keywords: 2014 Sunflower movement, the Internet, political protest, social media, mainstream media.

⊙ Shih-chun Liu is a master student at Department of Journalism, College of Communication, National Chengchi University, Taipei, Taiwan. The second author, Heng Su, is corresponding author and professor at the Department of Journalism, National

Chengchi University, Taipei, Taiwan.

⊙ E-mail: herngsu@nccu.edu.tw

⊙ Received: 2016/08/11 Accepted: 2017/07/11

壹、研究背景與目的

公眾示威、杯葛和各種形式的抗爭，已是當代民主社會的常態（Dalton, Sickle, Weldon, 2009），Dalton（2006）認為，長久以來，「抗議」是缺乏接近傳統管道者的發洩出口，在公民無法藉由合法參與管道發揮影響力時，抗議政治便成為其選項，不過不同國家的政治抗爭經驗並不完全相同。

2014年3月17日下午，海峽兩岸兩會簽署的「海峽兩岸服務貿易協議」（以下簡稱「服貿協議」），在立法院內政委員會召集人國民黨籍立法委員張慶忠用30秒宣佈開會，將服貿協議逕送院會存查，並宣布散會，引發監督服貿協議審查的上百名學生與公民團體不滿，18日抗議晚會結束時，突然號召群眾湧入立法院側門以示抗議，翌日正式佔領議場，展開為期24天的「太陽花運動」（或稱「318佔領立法院事件」）。

「太陽花運動」所以廣受矚目，不但因為運動本身阻擋服貿協議的審查，還對台灣政治造成無可抹滅的影響，蔡佳泓、陳陸輝（2015）發現，為何許多民眾支持太陽花運動，主要是對中國大陸的不友善有很高感受，而藍綠認同在公民運動仍然具有影響力；研究也發現，隨著新世代興起以及全球政經環境的變遷，公民不服從和「中國因素」的重要性可能愈來愈高。陳維茜（2015）訪問太陽花運動期間的臉書使用者，發現臉書在太陽花運動期間快速傳遞、去中心化、整合資訊以及互動溝通的特質，在運動中成為建構認同與凝聚共識的場域，促使使用者將行動從線上轉換至線下，有助增進真實世界中的社會運動實踐。

太陽花運動不但為台灣近年來針對執政者和兩岸政策最大規模且重要的抗議事件，當時許多關心學運的人運用新媒體凝聚群眾資源與即時資訊，回應大眾媒體的報導，也補強大眾媒體沒有報導到的資訊。

例如佔領立院首30個小時大眾媒體都還未抵達，場內民眾就靠著一雙拖鞋、iPad 平板電腦與網路，第一時間進行線上實況轉播，後續也透過「沃草Watchout!」、「零時政府g0v.tw」、「台大新聞E論壇」、「反服貿黑箱協議」與「Sunflower movement 太陽花學運」臉書粉絲團等網路公民組織與社群媒體，串聯不同的線上協作平台，讓群眾用文字、影音轉播報導與對話（陳怡如，2014年4月14日），不但顯示大眾媒體

與政府菁英無法一手壟斷主要議題和資訊詮釋權，示威抗議者更能透過行動媒體、社群網站等新興資訊傳播科技，建立異質多元的資訊傳播網絡，取得公共影響力，影響政策發展，並且得到政府回應（Dutton, 2007），其具備各種媒體與新社會運動的社會網絡連結形式，實踐阻擋服貿協議通過的行動，令人留下深刻的歷史記憶。

這種運用新科技進行動員抗爭，建構集體行動的意義，帶來社會改變，不乏相關研究，例如西方社會中，社運參與者可能多用Twitter來進行溝通（Penney & Dadas, 2013; Tremayne, 2014）；香港市民在占中的雨傘運動則可能多用 Facebook 或 Whatsapp 等手機程式（李立峰，2016）。社群媒體如何促成線上和線上的活動的協力與連結，不但備受重視，研究也發現發生在不同國家的政治抗議運動，多帶有在地特色（Fenton, 2016; Howard & Parks, 2012）。

台灣近年政治抗議群體運用Web 2.0概念進行社群互動，比以前更加顯著，不過太陽花運動並非真正的轉折點。2009年的苗栗大埔事件，閱聽人就透過社群媒體不斷奪回議題設定的權力，此後如反旺中、反核四、文林苑等事件、並在「白衫軍事件」中達到非常大的能量（李怡志，2016: 78）。

許多學者同意社群媒體在當今大型抗爭運動的角色舉足輕重（Ems, 2014），但國外研究也發現，主流媒體的角色仍不可忽略，1960年代起，美國社會一連串社會平權、公民不服從、公民憤怒運動中，已有學者發現之前主流媒體多強調暴力和煽動情感面的報導；但在現在政治抗議事件中，主流媒體面對來自各方的豐富訊息，反倒必須接受媒體資本變化和科技創新的挑戰（McChesney, 2014）。

Freedman認為（2014：101），主流媒體雖然掌握媒體資本和發言控制權，也知道數位網絡已經改變「有權者」的發言位置，從中央轉移到邊陲，從精英轉到一般使用者，讓媒體經營者看到不同利益的報償，媒體也要以不同策略應對。Anduiza、Cristancho與Sabucedo（2014）分析西班牙於2010及2011年間發生九次抗爭行動，發現抗爭行動仍然保留傳統以正規組織為中心的形態。另一項關於智利年輕人示威行為的研究顯示，社群媒體對年輕人的政治參與和示威抗議很有幫助，影響共分兩方面：連結和社會化，該研究也發現年輕人同時從主流媒體和臉書獲得新資訊，使用兩種媒體的年輕人熱中參與示威，兩者出現正相關（Valenzuela, Arriagada, & Scherman, 2012）。

社群媒體剛在台灣出現時，僅是次級活動（subactivism）（Bakardjieva, 2009）中的一環，Bakardjieva解釋，「次級活動包含各式各樣不顯眼的活動，透過不同主題的定位，以政治和社會論述及各種敵我關係的劃分與認同，逐漸建立集體化的行動和組織，並在私領域（日常政治討論中），得到更廣泛的行動支持和選擇的回應」（2011: 4）。

台灣年輕人在2008年的野草莓學運，使用部落格、BBS論壇（以「PTT / 批踢踢」為主）、共享書籤、網路現場直播等網路科技串聯群眾，展現公民不服從，但是網路參與並沒有直接影響大眾媒體報導（李明穎，2012）。苗栗大埔事件雖透過網路公民記者報導幾次重大新聞事件，在網路形成輿論後，醞釀一段日子，才受到大眾媒體關注（邱惠恩，2011）。

不過，太陽花運動又和前兩者不同。該運動期間有反對服貿協議通過的具體訴求，同時動員大眾傳播媒體和新媒體。例如《蘋果日報》在抗議第二天中午，就架設網路影音專區，直播議場內情況，不久後也加上議場外畫面，全程錄影未經剪輯，太陽花運動期間直播總時數850個小時，同步上線收看人數1萬7千人以上（蘋果日報網路中心，2014年4月11日）。太陽花運動展開的初始24小時，也就是3月18日晚上與3月19日間，台灣臉書前30篇推文多是反服貿議題相關的文章，臉書討論熱度已相當高。台灣線上社群「零時政府（g0v）」受邀直播反黑箱服貿晚會，晚會快結束時有人宣布衝入立法院側門，「g0v」第一時間紀錄到佔領立法院的過程，隨後也把線上資訊彙整起來，用Google文件整合29種語言的反黑箱服貿訴求，把運動訴求推廣到國際層次，並用Google Spreadsheet整理出物資需求表，幫忙維持現場和後勤人員之間的資訊暢通（林婷億，2014年5月21日）。

雲端直播系統廠商Skywatch在3月25日後，在議場內外架設十隻固定式攝影機，提供24小時監控畫面。Skywatch和g0v協助外部網路的連線，讓抗議現場民眾可以看到其他抗議角落的畫面，也讓不在抗議現場的人可以從網際網路上觀看到即時轉播（奕之華，2014年4月10日）。

主流媒體如四大報中的《蘋果日報》在太陽花運動期間，大量報導即時新聞，並做24小時即時轉播；《自由時報》新聞網站適時推出新版電子報，積極發布即時新聞，並大量透過該報臉書粉絲頁轉傳即時訊息，《聯合報》和《中國時報》網路版的

網站點閱人數也見成長。可知主流媒體也關注太陽花運動的報導。

社群媒體的影音收視也躍升。根據統計，Youtube的線上觀看人數常有數千人，Ustream太陽花運動直播頻道累計有超過2百萬人次收看，連日本nico nico的太陽花直播專區也累計9千萬人次（李建興，2014年4月8日）。

上述例子說明當代政治抗爭和社會運動中，傳播媒體與新科技的關係出現根本變化，雖然Boyle和Schmierbach（2009）發現抗議運動中，主流媒體持續以批判角度報導活動，但另類媒體卻能積極而正面地引導群眾參與抗議和線上活動。

過去雖然主流媒體和新媒體因為制度結構和組織目標各異，在社運中的表現似乎背道而馳，但近年主流媒體同樣用網路連線服務和社群媒體，出現新的操作方式，扮演不同催化角色（Dunbar-Hester, 2009）。主流媒體在政治抗議的種種結構性偏誤，提供所謂「另類媒體」（alternative media）的利基。學術界賦予「另類媒體」許多不同定義，不過，一般同意「另類媒體」是相對於大眾新聞媒體的新聞媒體組織，「另類媒體」產製大眾媒體沒有提供的「另類」內容，組織形態常有集體民主與實驗性質，並挑戰既有政治制度、改善社會現況（Atton, 2002）。Atton和Hamilton（2008）認為，「另類媒體」主要由自認為被大眾媒體邊緣化的人推動，這些人認為大眾新聞媒體無法給予他們期望的曝光與呈現，因此想取得媒介工具，建構報導觀點與新聞價值，挑戰大眾媒體的新聞框架。主要的傳播行動目的是作為異議者、抗議者、弱勢者、庶民等媒體近用權比較低的社會成員、近用媒體的方式。

不過Poell和van Dijck（2015）不認為另類媒體僅用於抗議運動的參與者另行設計自己的平台，他們認為有些非政府組織的社群媒體平台，也可以稱作「另類媒體」；除了對抗主流媒體的新聞價值外，另類媒體透過「議題取向」的報導，提供「常人」（如運動者、抗議者、在地者）的觀點讓社會大眾知道（Atton & Hamilton, 2008: 86），也帶來顛覆主流媒體的力量。

Leung和Lee（2014）因此指出，「網路」成為支持各類型社會運動的線上另類媒體（online alternative media）的搖籃，可知「另類媒體」的確是社會運動研究文獻中經常出現的名詞。數位時代的網路與社群媒體往往成為社會運動傳播資訊的利器，相關訊息更能透過社群分享傳播模式，輕易跨越人際與時空的限制，達到大規模分享與擴散，也有利動員式傳播（Bennett & Segerberg, 2013）。

本研究將以太陽花運動事件中的主流媒體、網路及社群媒體的角色和彼此間的介接關係為出發點，研究目的有三：（一）科技如何催化政治抗議運動中新媒體和科技的創新使用？兩種媒體和抗議運動的關係為何？（二）社群媒體和主流媒體如何交互影響？（三）太陽花運動中，主流媒體工作者和運動參與者如何使用主流媒體和社群媒體？是否發展出新的創用方式？對該運動的參與有何影響。

由於本研究重點為主流媒體和新媒體的相互影響和創用，研究中將以「主流媒體」稱呼電視報紙等「大眾媒體」，該名詞泛指一般民眾普遍接觸的大眾傳播媒體如電視、報紙、廣播等。另外，本文也將使用「新媒體」一詞指涉太陽花運動參與者或工作者的主要媒體使用，「新媒體」概念包括「網路」和「社群媒體」，「主流媒體」和「新媒體」代表台灣社會兩種不同媒體形式，將對民眾參與政治抗議運動有不同的影響。本文的研究結果不但能拓展華人社會對於當代媒體用於政治抗議事件的了解，也對相關理論和應用有新的啟發。

貳、文獻回顧

一、主流媒體和新媒體在社會運動中的角色

政治抗議轉型，在國外掀起「茉莉花革命」、「華爾街占領運動」，挑戰政治權威，甚至造成政權轉移，不過背後各有不同政治與社會因素，並非完全因科技而起，然而近十年來的抗議傳播卻不同以往，主流媒體和新媒體的連結和詮釋權的轉換，使當代政治抗議中的媒體關係更加複雜，政治抗議的景觀產生很大變化（Chadwick, 2013; Robertson, 2013）。

學者認為主流媒體是既有大眾媒介體系，支持既有秩序，有影響力，代表主流意見和觀點。不過當主流媒體帶動社會議題討論時，也有學者關注新媒體在主動、自主、活躍的辯論對話上扮演的角色（Couldry & Curran, 2003; Downing, 2001; Harcup, 2005）。如Glasgow大學研究群（Glasgow, 1976）提出新媒體打破「近用的層級」（hierarchy of access）（Glasgow, 1976），數位網絡不但能夠賦權，也使新舊媒體界線更為模糊，甚至可說新媒體提供社會另一種支持力量（Juris, 2008）。

過去，台灣研究並未對抗議示威的「行動者」如何使用多種傳播媒體於政治抗議行動給予足夠關注，這種方法與理論的缺失，導致我們對於年輕世代如何使用社群媒體於抗議傳播及建構社會網絡的理解不足，更不清楚新舊媒體在當代抗議傳播中的角色為何。

過去研究發現，由於主流傳媒深嵌於政治經濟結構當中，擔任社會控制的功能（McChesney, 2014; Tuchman, 1978），在報導抗爭行動時往往有所偏頗，如強調暴力衝突、突顯抗爭者在言行或外表衣著上怪異的地方，卻少有論述抗爭者的議題和理念（Gitlin, 1980; McLeod & Hertog, 1998）。因此，網路反而成為支持各類型社會運動的另類媒體（online alternative media）搖籃（Leung & Lee, 2014）。

不過，台灣一些主流媒體如四大報和網路媒體在太陽花運動期間的報導立場及採用新媒體方式，和國外未必相同，特別值得注意。

《蘋果日報》在太陽花運動期間，以大量線上即時文字訊息、24小時即時轉播、現場照片、專題報導追蹤太陽花運動的新聞，並善用社群媒體經營，獲得網友青睞。當時《蘋果日報》的跨平台即時報導，事後得到PANPA（Pacific Area Newspaper Publishers Association）亞太區報業出版協會年度競賽「年度新聞網站」獎，評審評語是「太陽花學運的相關報導，透過各種數位新聞工具及其效能，讓即時新聞報導兼具靈活性、深度，契合閱聽大眾的需求，堪稱絕佳示範」（蘋果日報網路中心，2014年8月21日）。根據《蘋果日報》與Alexa公佈的網站排名數據，衝入行政院隔日的網頁點閱率創下新高，達 2402 萬人次，比平常高出四成流量，當天即時新聞的閱讀量也達 1724 萬人次，佔總瀏覽人次的七成（carson, 2014年3月30日；巫其倫、洪德諭，2014年4月15日）。

《自由時報》官方網站「自由時報電子報」域名在 2014年4月8日正式改為「www.ltn.com.tw」，該報推出新版電子報抓緊太陽花運動時機，積極發佈大量即時新聞，一有新聞就會透過臉書粉絲專頁發佈，沒有則數限制，由於和抗議立場一致的關係，自由時報電子報在期間成為熱門新聞參考來源（巫其倫、洪德諭，2014年4月15日）。

《聯合報》的網路媒體稱為《聯合電子報》（udnpaper.com）於 2000 年上線，2010年成立臉書粉絲團。該報在太陽花運動當中的新聞表現中規中矩，立場不特別鮮

明，雖然有因為太陽花運動新聞量龐大而穩定的增加網路人潮，但是沒有特別大的漲跌。《中國時報》的網路版「中時電子報」1995年成立，是台灣最早架設網頁的主流大眾媒體，2009年成立臉書粉絲專頁。太陽花運動期間，中時電子報因為老闆立場關係，報導走向與整體氛圍以及另外三報的態度明顯相異，Alexa 數據即顯示，《中國時報》網站的點閱人數雖也跟著活動有些微上升，成長幅度卻遠低於其他三家報紙（carson, 2014年3月30日）。

四大報皆是主流媒體，太陽花運動期間也皆關注運動的報導，但因各有立場，因此對太陽花運動的關切不一。

由於國情不同，各國主流媒體扮演角色不盡相同。政治傳播學者認為近年世界各地發生多場波瀾壯闊的社會運動，和政治新聞報導及記者角色轉變有關（Bimber, Flanagan, & Stohl, 2005; Ceron, 2015）；在商業化影響下，新聞媒體未能稱職扮演公共服務角色，不再充分滿足民主社會民眾的需求，即使看到社會威脅，媒體還是只把新聞視為商品照樣產製，網路因而有機會造就另類政治或社會精英的領導團隊（Brantz & van Pragg, 2006: 30）。

2010至2011年間的阿拉伯之春、西班牙15M運動、2011至2012年間的占領華爾街等，都令人對社群媒體的影響刮目相看。國際傳媒中更出現「臉書革命」（Facebook Revolution）或「推特革命」（Twitter Revolution）說法，讓人們看到主流媒體和社群媒體在這些運動中的論述競爭、角色互換；這種場景主要是兩種類型的媒體既衝突又合作的關係，觸及政治抗議事件的核心價值和論述爭鬥，運動爆發後，往往是主流媒體的自我定位遭遇困難和挑戰，逐漸失去論述主導權，但是歷經這些事件的民眾，很難再把主流媒體視為重要的社會訊息支柱。不過主流媒體仍然扮演特殊角色，甚至可能因為報導把行動者的訴求和行動形式做進一步轉化，反而有助壯大運動的聲勢，並讓一般民眾得知參與者如何看待政府於公開對話中提到的社會運動看法、折衝的意見，了解行動者運動未來的策略（李立峰，2016），反而帶來多元共線的傳播溝通與參與。

另一方面，由於運動參與者的媒體創用，造成聲勢壯大的有利條件，因為這種連結方式鬆散，容許個人以自己喜歡的方式參與，有助鼓勵更多民眾投身到運動之中，讓社會運動的組織者、參與者和報導者間產生新的互動關係。以下將說明主流媒體和

社群媒體如何以社會網絡連結，發揮召喚注意和參與的力量。

二、不同媒體在政治抗議中的功能

近二十年來，政治抗議事件和主流媒體或網際網路影響的研究不少（Bimber, Flanagan, & Stohl, 2005），但常忽略「政治抗議」（political protest）是「為影響公共政策，而運用對抗政治去向特定目標施壓的公眾團體活動」（Terchek, 1974: 133），換句話說，政治抗議是具政治訴求的「集體行動」，是一種制度外的政治參與形式。除了內在控制外，領導人對外延伸的公民訴求、傳播技能和策略運用也是抗議運動能否成功的關鍵，媒體在聚眾動員的角色至為重要。

從政治學角度來看，政治抗議常是權力弱勢採用的政治參與管道，媒體曝光率越高就越可能達成政治目標（Lipsky, 1968）。從傳播角度來看，人們在動盪環境下增加資訊需求，並仰賴傳播增加安定感（Castells, 2015）。社會成員平時需要透過新聞媒體接收外在知識，在社會環境產生大變動時，社會成員對於資訊的需求量就越大，也更加仰賴新聞媒體提供最新資訊（陳雪雲，1991），如同美國政治傳播學者Lipsky（1968）指出，傳播媒體和抗議行動的結果密不可分。

（一）主流媒體與新媒體的辯證概念

政治運動「真實」經常是一種「媒介化」的經驗，而認知及產生情感也受傳媒報導的影響。社會運動常用和主流意見相反的論述和訊息來慨陳自己的意圖和理想，因此主流媒體常用批判角度來看抗議活動，反而導致另類媒體有了發聲空間（Boyle & Schmierbach, 2009），不過有些研究也發現，社會大眾仍然比較相信主流媒體，而非社群媒體（Ceron, 2015）。

主流媒體報導對政治抗議活動有著動員、認可、與規模擴散的效果。以往的政治抗議傳播必須用大眾媒體當作揚聲器，抗議群體首先會舉辦具新聞價值的活動吸引大眾媒體報導，大眾媒體把消息散播給廣大閱聽眾之後，獲得社會成員認可，接著即可擴散規模、取得議題影響力，最後達到抗議目的，改變政府政策或社會意見（Gamson & Wolfsfeld, 1993; Oliver & Maney, 2000）。

然而主流媒體近年未必是可靠的助力。首先，抗議參與者無法直接操作大眾媒體產製的新聞，抗議的真正目的易受傳統新聞價值與產製框架扭曲，尤其是傳統政治新聞的產製結構當中，政治記者把政商菁英當作常態消息來源，報導立場常傾向握有權力的一方（Gurevitch & Blumler, 1990; Gamson & Wolfsfeld, 1993; Oliver & Maney, 2000）。此外，大眾新聞媒體是企業組織，報導傾向維護市場利益或穩定社會現狀，容易忽視或扭曲抗議活動的訴求（Stein, 2009）。加上大眾媒體過去只能從閱報率或收視率，推斷閱聽人的需求，使得抗議報導切入角度傾於保守，不見得直接反映讀者需求，此外，媒體主管與記者也可能為吸引點閱率，強調事件的衝突性，淡化抗議訴求與政策本身意義（Gurevitch & Blumler, 1990; Gamson & Wolfsfeld, 1993; Oliver & Maney, 2000）。

主流媒體在政治抗議的種種結構性偏誤，提供所謂「另類媒體」（alternative media）或新媒體的利基，但兩者有著微妙的辯證關係（Kenix, 2012）。學術界賦予「另類媒體」許多不同定義，不過一般同意「另類媒體」是相對於大眾新聞媒體的新聞媒體組織，「另類媒體」產製大眾媒體沒有提供的「另類」內容，組織形態常有集體民主與實驗性質，並挑戰既有政治制度、改善社會現況（Atton, 2002）。Atton和Hamilton（2008）認為，「另類媒體」主要由自認被大眾媒體邊緣化的人推動，這些人認為大眾新聞媒體無法給予他們期望的曝光與呈現，因此他們取得媒介工具建構報導觀點與新聞價值，挑戰大眾媒體的新聞框架。

不過Poell和van Dijck（2015）認為，除了對抗主流媒體的新聞價值外，「另類媒體」更有濃厚「議題導向」的訊息，不但以提供「常人」（如運動者、抗議者、在地者）的觀點為主（Atton & Hamilton, 2008: 86），也帶來顛覆主流媒體的力量。

部分研究社運的學者習以「另類媒體」作為批判主流媒體的對立名詞，對他們來說，「另類媒體」還可以統稱社會運動中主流媒體所缺乏的特質。不過Poell和van Dijck（2015）認為，這些「另類媒體」除了對抗的意涵外，其形式和內容均不脫「新媒體」和「網路媒體」的特色；Kenix（2012）和Harcup（2005）採「光譜」概念觀察社運中的媒體訴求分布，他們認為應從形式、議題和立場上，把最支持現狀的主流媒體或傳統媒體（即傳統的報紙、電視等媒體），到最反抗且主張極端的媒體及新媒體視為分布的「光譜」，不需要刻意區分新舊媒體。

本文認為，從光譜概念來看，「主流媒體」可以代表影響社會大眾的「大眾媒體」，但社運或政治抗議運動者多半使用的網路和社群媒體（即「新媒體」），因此本文以這兩個名詞以示使用者不同。不過由於現今主流媒體已紛紛採用新科技，從網路平台和社群媒體整合發展出新的運作模式（Sundet, 2007），主流媒體不能完全以「傳統媒體」概念視之。本文以「主流媒體」稱呼傳統媒體及其數位科技整合的形式，而太陽花運動參與者使用的網路及社群媒體，則以「新媒體」稱之，以示區隔。

（二）網路媒體與社群媒體的社運角色

近年來數位網路與社群媒體成爲社會運動傳播資訊的利器（Atton, 2002），透過社群分享傳播模式，產製的內容能輕易跨越人際與時空的限制，達到大規模分享與擴散（Bennett & Segerberg, 2013）。Castells（2015）指出，在數位時代的抗議運動常常看到隱形的組織結構在運動背後，這些「組織」透過社群媒體使用，取得詮釋的主導，看起來像「沒有領袖」（leaderless）和「沒有層級」（non-hierarchical），或是「水平式」的溝通管理，是一種集體行動的帶領，並有多種控制方式發揮影響力（Nunes, 2014）。

社群媒體平台在各種抗議過程中不斷進化。「阿拉伯之春」即可觀察到公民如何在運動前後，不斷使用新科技推進示威運動。即使抗議運動結束，這些能表達公民不滿的工具，已成爲既有社會結構的一部分，能影響國家和公民的後續關係（MacKinnon, 2012），「臉書和推特更確定地爲民眾開啓挑戰既有權力的創新之途」（Biekart & Fowler, 2013: 529）。

Castells（2015）認爲2009至2013年間的幾場大型社運，非常接近網絡社會運動的理想型（ideal type）。這些運動涉及「網中之網」（network of networks）的複雜網絡，網絡運動組織形態是「非中心化」、源於「自發行動」，但行動的號召卻可在極短時間內廣泛流傳，歸功於社群媒體的「連結」和「社會網絡化」。社群媒體於抗議過程產生三種影響：（1）吸引公眾注意；（2）避免被監視；（3）在抗議事件中的支援和連繫（Tufekci, 2014: 3）。由於大眾媒體削弱了資訊守門功能，公眾的注意力更容易轉移到公民自發的資訊傳散（citizen-driven information dispersion）。加上社會

網絡傳播速度極快，讓抗議者更能快速調整對政府、警察、安全防衛和其他挑戰的相應行動（Gerbaudo, 2012）。

雖然這方面研究不多，但許多人相信新工具有助更民主地納入對抗論述，並展開對話（Biekart & Fowler, 2013），過去公民的抗議發聲常遭否定，也難有管道表達不同意見，但現在情勢改變。新的發聲管道出現，全球發展不絕的公民運動已從「我」為中心，變成「我們」為中心，不同聲音因此能超越地理障礙和自我利益的思維，喚起人們關心更大群體的共同利益（Beckwith, 2012）。

三、新舊媒體參與抗議運動的相互建構

網際網路普及之後，全球各地的政治抗爭傳播出現質變，開始有多向傳播網絡，互相競爭政治議題的話語權（Bennett, 2003）。但傳播學者Blumler與Gurevitch（2005）指出，網路讓政治傳播的新聞媒體異質化，不同媒介愈來愈難明顯劃分彼此，新聞與非新聞的區隔愈趨模糊，政治傳播不再只是傳統定義下的新聞記者獨享的權力，政治新聞也不再是政治記者和政治人物的互動。

Castells（2009）認為政治互動、文化（經濟）生產和社會交互作用持續改變，網際網路多元的傳播途徑與呈現方式，已經打破大眾新聞產業的產製框架，科技門檻降低之後，人們得以利用不同科技工具線上傳播，形成Castells（2009）的「大眾自我傳播」（mass self-communication）。

新聞組織為了維護既有新聞權威感，不會把網路上的資訊全盤照收，而是會把網路資訊重組包裝，建構媒體客觀、中立專業形象，整合新媒體和傳統新聞的概念（童靜蓉，2013）。另類媒體或小眾媒體不再單槍匹馬奮鬥，而是可以透過網路串聯的媒體環境、激盪各方的構思，在不同另類媒體與大眾媒體之間穿梭，用許多「個人」組成的傳播單位，匯聚出前所未見的新媒體影響力（黃鈴媚、沈錦惠、曹開明，2014）。

在政治抗議傳播的生成及演變中，主流媒體和網路傳播都能利用新科技，但主流傳媒不一定居主導地位，相反地，受著專業主義的限制，傳媒在製作新聞時極依賴於從其他社會組織而來的資訊和意見。人們傳播工具的選擇增加後，新舊科技混合了新

舊媒體特質，形成混雜媒體（hybrid media），媒體傳播活動可從傳統新聞編輯室作業，拓展到公眾網路參與（Chadwick, 2013; Garrett, 2006; Robertson, 2013; Rodríguez, Ferron, & Shamas, 2014）。但是社群媒體因為能用社會網絡串起無數個人，廣泛地整合到社會組織，反而形成摩擦較小而無拘無束的網絡，為兩種媒體第一種差別。

其次，兩類媒體使用的介面有別，主流媒體的介面是指新聞工作者喜歡用的網路平台，但社群媒體通常用的是內容產製者（UGC）關於社會運動的平台，兩者面對的行動者和決策選擇及追求目標均不相同。Couldry和Langer（2005）認為社群媒體能賦權社會團體減少甚至除去不同團體間的權力不平等關係，形成新的介面，因此行動者仍需具備相當的網路能力，具有知道如何選擇和實踐的相關知識，才能幫助團體成員了解及突破行動的侷限，有助運動參與者的溝通和協調。

第三，兩類媒體運作的「規則」和「標準」不同。傳播有其「標準」（Grewal, 2008），或稱「溝通的協議」（protocols of communication）（Castells, 2009），「規則」能讓參與者知道如何做情境判斷，以及在行動規劃時如何採用科技，且了解為何不同平台和行動者能連結，中間仍有權力關係，不同行動者也應選擇不同介面，採取不同行動。當運動過程中大家有了溝通的規則後，資訊便能在不同平台間快速流傳。Grewal（2008）認為，社會運動成員訂定「規則」後，等於形成特定網絡的近用權，主流媒體若想得到更多訊息，需要知道「規則」才能近用相關平台資訊。

因此無論主流媒體或運動參與者想要有效傳散訊息，都要看雙方對平台科技有無務實的認知；如果參與運動的行動者對於兩類媒體都有一定認識，就能產生Grewal所說「互利的合作」（beneficial cooperation），更能發揮網絡化的力量（Castells, 2009; Grewal, 2008），有了網絡化的力量，就掌握特定訊息的流通，也更易產生共鳴。

然而也有研究指出，網路特質帶來的負面影響。研究指出網路雖然短時間能串連大量網民，但也可能導致議題膚淺化、娛樂化，不易深耕對於議題的全面理解與反思，不利公民社會、公共領域的成熟發展；此外，網路號召的社會運動以前常有「萬人響應，一人到場」現象，響應人數與到場人數之間的落差，也令人質疑網路的傳播效果（陳平軒，2011；馬綺韓，2012；Lim, 2013）。不過李立峰（2016）發現，雖然香港的雨傘運動看似一個傳統的集體行動，但透過人際網絡和網絡媒體的傳播和溝通，原本只屬「一般參與者」的個人可以跟認識甚至不認識的其他參與者連繫起來，

自行設計及進行活動。

Cottle (2011) 提到當代政治傳播的核心，已經是新舊媒體共同帶來的論述、影像、情緒交織的傳送和擴散，因此造成許多地方的政治騷亂，更造成新舊媒體形式與各式話語的複雜迸發。

四、研究問題

文獻探討發現，多數研究偏重數位媒介與政治參與，包括網路在政治抗議中的工具或經驗型討論 (Askanius & Gustafsson, 2010; Baringhorst, 2008; Bennett, 2003; Castells, 2015; Ems, 2014; Garcelon, 2006; Garrett, 2006; Hermida, Lewis, & Zamith, 2014; Poell, 2014; Poell & Borra, 2012)、或抗議事件當中展現的傳播世代差異 (Khalil, 2012)。有些學者則偏重批判論述的觀察，包括網路對於民主參與的潛能 (Coleman & Blumler, 2009; Dahlgren, 2005; Gurevitch, Coleman, & Blumler, 2009; Harcup, 2011)、數位環境下的抗議組織動員 (王維菁、馬綺韓、陳釗偉, 2013; 李立峰, 2016)，或針對新型態抗議傳播的研究 (林鶴玲、鄭陸霖, 2001; 王維菁、馬綺韓、陳釗偉, 2013)，然而有關如何運用大眾媒體、網路媒體於大型政治抗議運動中的使用，卻相當少見。

本研究認為太陽花運動為前述主流媒體和新媒體連結及網絡化提供有利的場景，因此希望從整合媒介的分析角度，深入理解兩類媒體的科技使用、介面形成和政治運動的關係；再者，太陽花運動是一場動員能力強的政治抗議運動，新世代使用資訊傳播工具的動能如何透過網路開展，將極為重要；第三，亦有助理解主流媒體和新媒體的互動關係，對於抗議運動中的新舊媒體角色將可一窺究竟。

綜上，本研究以深度訪談抗議事件中的「傳播行動者」為對象，提出以下研究問題，以檢視太陽花運動中使用新舊媒體發布資訊、集結物資、動員群眾的人之傳播行動：

研究問題一：太陽花運動中，抗議參與者的傳播目的和使用傳播工具為何？

研究問題二：太陽花運動中，抗議參與者如何建立分享的介面和連結？發揮什麼連結和訊息的傳播溝通效果？

研究問題三：太陽花運動中，抗議參與者使用哪些傳播科技？有哪些創新使用？他們和主流媒體工作者建立什麼關係？影響為何？

參、研究方法

本研究將以太陽花運動期間「傳播行動者」在運動過程中使用科技的脈絡為訪問核心，將以深度訪談來了解這些「傳播行動者」認知的主流媒體和新媒體角色和功能為何，他們如何運用媒體在運動中形成何種網絡連結溝通，對運動推進有何影響。

一、深度訪談

本研究採質性研究的半結構式訪談法，訪談大綱僅作指引方向，訪問當下必須注意受訪者對題目的反應與認知，由研究者彈性應變、挖掘更豐富的資料（潘淑滿，2002）。由於太陽花運動展開一個月，本訪談問題方向聚焦在太陽花運動三次重大事件，即第一階段進入立法院、占領行政院、及最後階段號召民眾上凱達格蘭大道的示威抗議行動，提問為兩大主軸：第一是行動者使用的科技工具與具體行動，包括（1）協作、公開、（2）社群、（3）行動、（4）現場等四大層面；第二是行動者使用科技的動機與目的，其中包括（1）資訊分享、（2）資源調配、（3）連結與群眾動員。

Castells（2009）重視社會運動中之製造權力的傳播網絡，他指出「權力就是一種關係中的社會行動者不對稱地影響另外的社會行動者的決定」（P.10），權力不是一個人或團體的特質，而是由彼此間的關係決定。因此可知Castells相關看重傳播網絡如何建立權力關係，而且提供了權力來源的資源。本研究將不探討權力關係，而偏重傳播關係的發生和構通，因此以太陽花運動中的「傳播行動者」為觀察和訪問對象，這裡的「傳播行動者」主要指在運動過程中使用新舊媒體發布資訊、集結物資、動員群眾的行動者。他們是主要受訪對象。但因為本研究也探討主流媒體和運動者如何相互影響，也將訪問主流媒體工作者，以現場採訪記者和決定哪些訊息能上傳網路平台的媒體主管為主。

本研究的「科技創新與使用」指的是使用有別於以往印刷、廣播、電視等大眾傳

播模式的科技，也就是現今以網際網路科技為主的資訊傳播科技，包括社群媒體、行動科技、數位編碼等形式，而「創新」指的不只是這些網路科技特質上的創新，也包括傳播模式與政治參與的創新改變（Chadwick, 2013）。

本研究嘗試分析太陽花運動參與者的網路媒體使用狀況，以及網路媒體使用如何影響參與者對現場占領行動投入程度和對運動領導和策略的看法。網路媒體是網路社會運動（Castells, 2009; 2015）和連結型行動（Bennett & Segerberg, 2013）的科技基礎。太陽花運動期間，參與者非常活躍地在網路上進行各式各樣的傳播和行動。本文的主要研究假設，是網路媒體加強了運動參與者的現場參與程度，但同時使得運動參與者傾向不願意在運動目標上妥協，並傾向不願意接受運動中心組織者的領導。這群人挑戰大眾媒體常規與權威、由非大眾媒體人員主導的傳播單位，且不以主流新聞方式報導的平台工作者。本研究根據粉絲團點閱率、觀賞人次、大眾媒體新聞報導等科技創新使用觀察，最後選擇「黑色島國青年陣線」、「台大新聞e論壇」、「沃草 Watchout!」、「Skywatch、批踢踢、YouTube內容產製者、以及「零時政府（g0v）」參與者作為另類媒體受訪對象，並以滾雪球方式請受訪者推薦找尋適當的受訪者。

為取得更全面的傳播網絡概念，本研究訪問主流媒體記者和媒體主管，希望從積極經營官方網站的大眾媒體，一窺混合媒體網絡的效果。本研究「主流媒體」定義為：擁有大眾閱聽市場的主要大型新聞媒體企業組織，包括電視、平面等建制新聞媒體（Chadwick, 2013; Hermida, Lewis, & Zamith, 2014）。但因為平面媒體在太陽花運動期間積極參與網路與新媒體活動，且跑線記者比電視台固定，平面媒體也頻繁發布線上即時新聞、粉絲團動態，點閱率成效明顯，故將他們列為主要受訪對象。

二、受訪者資料

本研究一共訪問12位「傳播行動者」，除新聞e論壇編輯B1當時人在日本、以Google Hangouts作視訊對話與錄音之外，其他訪談都以面對面方式進行，訪談地點都在台北市，時間為1小時到2小時。訪談開始，會詢問受訪者是否願意揭示身份與全名，不過這裡皆以代號顯示，談話內容以逐字稿紀錄整理，再轉錄成研究資料。代號中的A，代表主流媒體的新聞工作者，B代表網路媒體和新平台的工作者。

表一：本研究受訪者人口資料及受訪時間

	姓名	單位	職稱	訪談日期	訪談時間	訪談方式
1.	A1	平面媒體A	新聞主管	2014/12/09	1.5小時	面訪
2.	A2	平面媒體B	政治中心記者	2014/12/12	2.5小時	面訪
3.	A3	網路媒體	政治記者	2014/12/13	1.5小時	面訪
4.	A4	平面媒體B	政治中心記者	2014/12/15	1.5小時	面訪
5.	A5	平面媒體C	網路新聞主管	2015/1/22	1.5小時	面訪
6.	B1	新聞論壇	編輯/記者	2014/12/04	1.5小時	網路視訊
7.	B2	黑色島國青年陣線	工作者	2014/12/17	1.5小時	面訪
8.	B3	沃草/公民1985陣線	工作者	2014/12/18	2小時	面訪
9.	B4	Skywatch	工作者	2014/12/18	1.5小時	面訪
10.	B5	陳文成基金會	工程師	2014/12/23	1.5小時	面訪
11.	B6	台大批踢踢	公關工作者	2014/12/24	1.5小時	面訪
12.	B7	研究生	獨立影音工作者	2015/1/24	1小時	面訪

註：A代表主流媒體新聞工作者，B代表太陽花運動期間網路媒體和新平台的工作者

資料來源：本研究整理自訪談資料

在質性資料效度上，本研究採Denzin（1989）的三角檢定（triangulation）法，用不同的研究方法、研究資料、研究者與理論去回答研究問題，檢定資料蒐集方法、蒐集過程、資料本身與理論架構的效度，研究者將各種資料編碼、記錄之後，且用不同理論和訪問資料互相印證搭配進行分析。

三、資料搜集與整理

本研究也取得「共筆資料」進行分析，作為輔助說明。「零時政府（g0v）」網路平台，在太陽花運動展開時，是結合線上民眾與現場民眾的關鍵連結，強調開放、透明的模式運作，成為學運重要推手之一（黃彥棻，2014年4月8日），g0v.today、g0v成立的Hackpad、以及g0v承辦的黑客松活動（戴廷芳，2014年3月22日），紀錄著抗議傳播行動的一手資料與媒體採訪共筆。採訪共筆是g0v參與者直接在Hackpad以文字形式，協同回答媒體或研究者的問題，全部以「創用CC開放授權」，任何人皆可使用原稿。研究者與g0v參與者唐鳳與趙偉伶取得聯繫後，兩人建議直接參考媒體採訪共筆作為研究資料，本研究也搜尋整理g0v的共筆資料，採用部分於本文中。

表二：G0V太陽花運動相關媒體採訪共筆列表

g0v媒體採訪共筆	網址
破報採訪共筆：佔領立法院	https://g0v.hackpad.com/mfegugZpwC7
商業週刊採訪共筆：佔領立法院	https://g0v.hackpad.com/xCd2B9SNTax
ITHOME採訪共筆：佔領立法院	https://g0v.hackpad.com/ITHOME--8yZL7bpuGIL
新新聞採訪共筆：太陽花學運	https://g0v.hackpad.com/gK8LMM5RoTc
獨立媒體學院採訪共筆：佔領立法院	https://g0v.hackpad.com/ZFYX3EGWQcU
公視獨立特派員採訪共筆：佔領立法院	https://g0v.hackpad.com/nripcCXMETw

資料來源：本研究整理自網路資料

肆、資料分析

一、另類媒體展開行動和「網絡化」經驗

2013年6月簽署《海峽兩岸服務貿易協議》（簡稱「服貿協議」）開始，政治人物、產業界、學界、公民團體陸續傳出反對服貿協議的聲音。2014年3月18日晚上，從立法院外反服貿抗議的「守護民主之夜」晚會，演變到佔領立法院24天的「太陽花運動」，其實是蓄積將近一年的社會動能。

2013年許多大大小小抗議事件，成功博得媒體版面與社會關注，包括「全國關廠工人連線」絕食抗爭193小時、「公民1985行動聯盟」透過網路號召的白衫軍「萬人送仲丘」晚會以及苗栗大埔事件後續的「818拆政府」等抗議運動，雖然這些不同運動之間也存在緊張關係，但是這些網路上活躍的抗議運動，也為2014年的太陽花運動種下一定基礎。

318 當晚衝進立法院的受訪者B5（訪談，2014）表示：「包括上凱道啊，去立法院陳情啊，或者是到行政院或到內政部，就到各個單位去做，議會的路線也做了，街頭的路線也做了，都沒有辦法把這件事情擋下來，而且政府的態度就是他完全不理你嘛。……那所以最後大家才會不得不採取這樣的方式。」

「公民1985行動聯盟」受訪者B3表示（訪談，2014），他在2007、2008年陸續參加幾次抗議活動之後，發現原本以大眾媒體的抗議傳播方式很難發揮效用，「每次

我們就是搞一個什麼什麼組織，然後大家就開始用啊，然後問大家『你要不要去？你要不要去？』，然後開記者會，那開記者會就是找一排人過去，然後在那邊，然後抗議的時候就是這樣子，非常的封閉。所以每次去的就只有這些人嘛」。

因此，因洪仲丘事件成立「公民1985行動聯盟」時，已經以去中心化的網路經營模式，降低民眾參與門檻，並運用社群網路操作，試圖擴張群眾基礎（B3訪談，2014）。

長期關注社會運動的媒體記者A2（訪談，2014）分析，「公民1985行動聯盟」藉由動員白衫軍，成立幾十萬人的粉絲團，建立起一定的媒體動員力和話語權，「等到太陽花運動時，便很容易主動做動態消息發布，而已經開始線上追蹤公民，1985行動聯盟的網民，也更容易從臉書得到太陽花運動的消息，並且匯入太陽花運動的粉絲團，擴大既有傳播網絡結構」。

公民1985去中心化的社群媒體概念，展現 Castells（2009）提出的「大眾自我傳播」特質，線上社群平台網民的分享與推薦，使得資訊傳遞與接收很快達到平行擴展效果，太陽花運動也用此模式傳遞資訊與動員群眾。此外，民眾、公民團體與媒體等不同傳播行動者，各自使用不同的傳播科技工具，以達成各自的傳播行動目標。

「網絡化」的另一特徵是運動者架設社群網站平台，並運用新科技相互分享和策展，展現他們反黑箱、反服貿和反中的訴求。

2014年3月18日下午到第二天，立法院裡占領人士已用行動裝置結合社群平台號召更多人到現場，第二天，佔領國會的消息迅速傳遍社群媒體與批踢踢等主要網路論壇，現場並有人用影音轉播場內狀況、以文字發布動態（陳怡秀、游婉琪，2014年3月19日）。

立法院佔領行動透過網路傳播，短時間內形成大規模的多中心動員能量和去中心的社群網絡。抗議主辦單位黑色島國青年陣線，衝進議場後，不斷透過臉書粉絲團對外發出最新消息，並動員人群到立法院外擋住警力，另方面保持內外消息暢通，因為他們都不知道什麼時候會被趕出議場，黑島青受訪者B2表示：「進去（議場）之後就趕快說，我們人都在這邊啊，現場狀況怎樣怎樣怎樣，…趕快以行動傳播工具，對外發出最新消息，希望盡快動員群眾到現場，以防被警方攻堅」。

《蘋果日報》報導，從占領立法院事件可以看到，黑色島國青年陣線只有20多

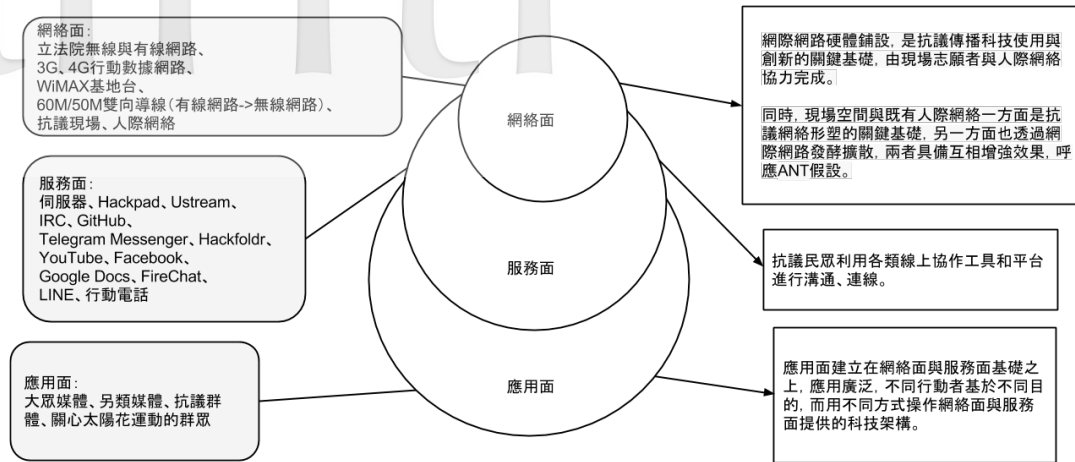
人，平均20多歲，而且2011年才成立（2014年3月24日）。記者A2（訪談，2014）回憶當晚情形，「318當天晚上，議場內只有200多人。所以陳為廷他們都覺得說，只要一次攻堅，警察來，灌進什麼500人，兩個人抬一個就把我們抬走了。就沒了。這個事情就沒了。可是呢，因為，就是因為半夜12點後，他們在臉書上不斷呼籲大家趕快來嘛。所以一、兩點的時候，那個青島東路那邊大概1000人，濟南路這邊大概有4、500人，正門口大概還有幾百人」，他驚訝學生團體在三更半夜在臉書號召群眾，居然短短幾小時內就召喚了千人以上到現場集結。

這群參加太陽花運動的學生，從小在網路世界得到第一手的資訊，不再全盤接受主流媒體，沒人在看報紙電視，抗議現場人人有手機可拍照、錄影寫新聞，在臉書第一時間轉貼現場消息。當反服貿民眾進占立法院的當晚，消息已經被網友翻譯成超過卅一種語言。

受訪者B6除了凱道集結那一天有上街聲援反服貿運動之外，後來並無親身參與任何現場抗議活動，也未與抗議單位或任何主流媒體合作，但他也發揮擅長的影音製作能力，從網路上大眾媒體、另類媒體與其他民眾提供的資訊，掌握現場狀況，進而塑造服貿議題9分鐘的影音，加上價值判斷與漫畫圖片的釋義，在YouTube創造一百三十多萬點閱，即使一個人也能透過創新的訊息產製，見證多向連結的龐大影響力。更何況為眾多的大學生、民眾及團體在網路上以社群平台形式刊播登聲明或呼籲，支持此一運動。

正如Castells（2011）所說，網絡形成後，帶來力量的動態，「權力是透過關係，賦予某行動者超越另一行動者的力量，通常存在既有結構中，但可能掌握在能夠控制「網中之網」的工作者手中，並不像表面看來那麼單純（2011: 775）。

圖一：318佔領立法院運動工作者整體網絡架構圖



資料來源：研究者整理

圖一整理出立法院佔領傳播工作者整體網絡架構，共包括網路、服務、與應用三個構面。首先，網路面可分為硬體網路與現場人際網路共建之「網絡化的網路」，起初群眾進入立法院時，使用的是訪客無線網路，警方切斷立法院公共網路後，場內民眾改用個人行動數據網路連網。隨後，議場周圍人數聚集愈來愈多，區域性行動數據網路使用量超載，網路產生擁塞問題，現場則有民眾志願提供WiMAX分享器，作為場內線上直播設備使用，有網路工程師也用無線接取器，將議場的媒體網路專線轉換成Wi-Fi無線網路訊號，數度調整接取器數量後，終於有相對穩定的網路供現場參與者使用，而場外也有志願者申請100Mb區域網路，作為議場外使用。搭起軟硬體網路建設與人際傳播、線上與線下行動的連結關係，並為後續社會動員奠定基礎。

二、主流媒體與新媒體的介面與科技運用

太陽花運動期間，抗議運動主辦單位也發現，傳統政治權力與媒體邏輯仍是運動成敗的關鍵，黑島青發起太陽花運動，其實是一連串傳統抗議活動的媒體事件組成。但是立法院裡部分參與者透過社群媒體和新舊媒體創新使用，建立共同的經驗、對運動共同的認識和共同的情感。並透過新科技運用由內部把訊息、情感和訴求傳到立法院外面。

2014年3月18日下午，當立法院周邊抗議群眾臨時起意衝進立法院，已用行動裝置結合社群平台，號召更多人到現場，隔日白天，立法院內已集結五百多人。此時佔領國會的消息，傳遍社群媒體與批踢踢等主要網路論壇，現場民眾用影音轉播議場內狀況、以文字發布動態，亦有大學教授用個人臉書帳號發布文章，聲明參與佔領立法院的學生，可視同公假或校外教學（陳怡秀、游婉琪，2014年3月19日）。

訪談發現，志願參與抗議傳播者最基本傳播目的，是降低媒體報導與現場的資訊鴻溝，在現場的受訪者各有不同做法，例如B5希望更多人知道佔領議場行動的訴求與情形，展開現場直播；B4架設現場固定監視器，讓場內和場外暢通無阻的溝通，避免民眾因溝通不良產生誤解；B6剪輯影片、上傳分享，讓更多外面的人了解整個事件始末。而g0v社群抱持「資訊公開透明」共識支持議場佔領行動，但實際上參與者的立場不見得相同，可自由選擇想參與的專案。網路成爲支持太陽花運動各類行動的廣大民眾可以近用平台或「另類媒體」（Atton & Hamilton, 2008），不像傳統組織那樣能明顯定位出行動者的角色與行動。

受訪者B2指出（訪談，2014）：「你最早就只是佔領（立法院）。那你後來你可能去攻佔別的地方（行政院），或是你可能有現場活動，譬如說公民會議，就是那個草根論壇，那什麼現場的小圈圈會議，然後還有後來的遊行（凱道集結）。」

行政院事件是3月23日晚間7點半左右，原本佔據立法院四周約50名反服貿參與者，決定擴大主戰場，轉向行政院正門，欲佔領行政院。部分民眾靠著手機等行動裝置號召群眾加入翻越拒馬，一小時內佔領人數從數百人匯聚成上千人，抗議主事者也呼籲現場的人在臉書打卡、宣布已佔領行政院（王光慈、楊湘鈞，2014年3月24日）。衝進行政院當晚的現場狀況混亂，導致消息眾多紛雜，成爲一種查證負擔。

主流新聞工作者歸納出他們在太陽花運動中，採訪報導和常規的差異：

（一）網路謠言查證不易，假消息有時照樣刊播

行政院事件發生時，參與民眾發現人人都可線上即時發言，此時不同消息來自四面八方，加上網路匿名性的特色，容易造成謠言快速誤傳，在議場直播的B5受訪者回憶：「情況很緊張的時候，就會有人一直丟訊息說，哦外面發生了什麼事情，然後，

有人被警方打死了。然後已經送... 他們就說送到台大（醫院）也證實。就那個人，他就這樣子發。然後我們就跟他講說，因為我們也不代表官方，那個場上的所謂指揮組，或是所謂主辦單位，所以我們也只能講說，我們這邊沒有收到這方面的訊息，請大家確認之後再傳。那如果不確認的事情你就不要傳。」

受訪記者A2和A5都在立法院，聽到消息匆匆趕到行政院，「很多流言在網路到處傳播，報社要求做即時新聞，我們需要很快查證，最快的方式就是聯絡運動指揮群的發言人，但這次很奇怪，他們說他們不知道怎麼回事，到後來才清楚是另一群人的自發行為。」（記者A3，訪談，2014）。「我一直不停找人查證，但現場很多學生也在自己查證，很多消息他們只會一味否認，我判斷像臨時起意...有些消息不知道真假，但我先用即時新聞發出，有錯再趕快改吧！」（記者A3，訪談，2014）

（二）另類媒體取得主導，成爲主流媒體另類消息來源

受訪者B2表示，作爲需要擬定抗議下一步的主辦單位（黑島青），因此會安排人手，24小時監看外界消息，「即時新聞、即時消息、臉書什麼都要看，然後或者是你甚至要去google（搜尋）關鍵字，譬如說google抗議、google服貿、google立法院，然後跑出什麼新聞，然後看這個新的，然後去篩選有用的新的資訊」，他們自己主要透過臉書、g0v網站等發佈即時訊息，這些媒體有助他們觀察輿情風到決定對外的媒體傳播策略。不過他們的行動決策參考仍以監看主流媒體爲主；由於記者也希望從工作者或行動者那裡知道行動的下一步，雙方不時處於諜對諜的緊張關係。受訪媒體主管A1說：「他們很厲害的是，除了用群組電子郵件聯絡各地行動外，還會把消息重新包裝，我們有時只有跟著他們」。另一位媒體網路新聞主管A5也表示：「我發現只要有小編在網路和他們對話，網路新聞流量立刻上升，當時我們在衝網路流量，發現也吸引很多年輕讀者來看我們網站。」多家媒體記者和主管都表示，原本報紙的讀者群已經老化，但太陽花運動的新聞帶來許多對政治新聞和社會運動感興趣的年輕族群，讓他們知道網路吸引目標閱聽眾的力量。

（三）記者和行動者的互動成爲互利的合作

帶人衝進行政院魏揚於3月23日晚上8點13分於臉書寫道「抱歉我知道這樣動員很不負責，但請願意的朋友來行政院聲援」，他說，之所以動員占領行政院是要分散警力，減輕在立院抗爭的夥伴的負擔和壓力，更要讓馬政府看見民眾決心（陳珮琦、王彩鸞，2014年3月24日）。受訪記者A4說，「魏揚的臉書訊息很快變成媒體記者的新聞來源」。

而g0v社群網站處理物資流通與粉絲專頁的政策，參與者趙偉伶（新新聞採訪共筆，2014）歸納，當時作了一些分工，採信的訊息發布以一手消息最高，由高至低如下：（1）現場工作人員（通常來自臉書訊息、LINE等網路文字即時通訊，也有少數透過電話直接說明）；（2）場內直播；（3）場外舞台直播；（4）附具體送達地點、聯絡窗口的物資需求訊息，需要有明確消息來源和管道。

從佔領立法院初期傳播行動者的行動可以看出，本來不參加抗議的人因爲社群平台的網絡化，能輕易參與行動，行動者結合實體與虛擬的社群網絡，擴大整體抗議網絡。這些民眾不必是專業科技專家，也能用現成線上軟體服務平台，進行線上傳播行動與網絡應用串聯。主流媒體網路直播也是一大助力，大部分抗議參與者透過線上媒體號召而來，組成成分多元且異質，並非初期抗議組織的固定成員，整體行動也因此難以一舉擊破。

記者A2表示：「整個規劃都會先告訴你說，比方說凱道怎麼樣，那他的那個包括延伸到中山南路，是什麼公民團體的什麼攤、設攤啦等等。它那個整個流程規劃的很清楚，那就不是一個突發事件，而是一個大型的集會活動。」凱道集結是有組織、有規劃的集會活動，不論新聞記者調度方式、編採角度，甚至現場畫面呈現，都難偏離既有新聞作業流程，「讓我們更容易報導這個活動」。

對於抗議主導人而言，集結場面經過事先安排、群眾聲勢又浩大，這場活動集結人潮，湧滿街頭，使得轉播畫面壯觀呈現，也映照太陽花運動的群眾力量，沒有抗議失序、衝突的畫面，使得大眾媒體不論如何詮釋這次事件，都有相當正面的曝光效果，如記者A2表示：「330相對來講，是大家比較能知道這一天的狀況，所以比較能預估。而且那天的場面很好看，所以那個媒體的報導會相對來講，比較符合他們想像

的那樣的內容。」

由此並可看出，太陽花運動主辦單位的媒體策略兵分兩路，一來用具體行動表現訴求、培養群眾意識，另外也透過行動吸引媒體報導與民眾注意，而網際網路雖是群眾動員與資訊發布的工具之一，卻不是主辦單位的唯一傳播途徑。

太陽花運動總指揮林飛帆、陳為廷於3月27日下午召開記者會，宣布3月30日舉辦凱道集結抗議，總指揮陳為廷表示：「也許你曾經來到這個廣場，但是因為得不到回應而失望的離開，也許你曾經在行政院經過一場國家暴力的恐怖，還在默默的療傷，也許你在家觀望，還沒有到這個現場來，但我們都邀請你，在禮拜天跟我們一起走上街頭，我們要邀請各位在凱道集結，我們要讓人群從凱道一路延伸佔領到立法院現場，好不好？」（蘋果日報即時新聞中心，2014年3月27日）。這場記者會發布的新聞，不但在社群媒體上散布開來，也在大眾媒體不斷曝光，顯示太陽花運動的媒體傳播重視多管齊下。

凱達格蘭大道集結有事先申請路權、規劃路線與節目，當天主辦單位號稱動員50萬人上街，現場不同區塊也分別舉辦很多活動，被主流媒體定位成「大型集會活動」。

另一名受訪者B3表示「我們自己覺得那是一場大型嘉年華……就沒有特別去做那件事情」。而留守議場的民眾包括從第一天就在議場內直播的B4，嘗試補充大眾媒體的傳播行動，特別選擇把國際組拉到議場外，他認為「中文要看整個事件的，比方說國人因為還有很多中文的轉播都很方便，所以中文的轉播我們就留在場內，那如果想要看場外的狀況的話，很多管道可以看，那國外的話，也許他要看就比較不容易，所以我們就把日文的轉播跟英文轉播拉到現場去」。

這種社會總動員在新聞上也有重要性，主流媒體看到當時台灣各地民眾的投入，也發現運動和活動動員的產生 再是主流媒體一枝獨秀，不得不大幅報導相關訊息。民眾認知運動的重要性，是因為主流媒體和網路媒體同時重視整個發展脈絡，使民眾更容易發展出不同 與模式，無論自發參與討論、發布聲明、或參與規模較小的各社團團體舉辦相關活動，都能共同助長運動的聲勢。

三、媒體「規則」形成對召喚注意與行動的影響

社會行動者能藉著組織網絡，建立自己的權力位置，如果網絡能累積可觀資源，同樣可以扮演守門角色，也能主導網路上的論述。自323行政院事件過後，抗議行動的主辦單位爲了釋放民眾對行政院警民衝突的負面情緒，也爲持續運動能量、讓主流媒體繼續追太陽花運動的新聞，決定擴大抗爭，號召凱達格蘭「330人民站出來行動譴責國家暴力」活動。

在運動參與者占領立法院的前幾天，黑色島國青年陣線不以組織號召作爲主要動員策略，而是設定議題與具體佔領行動，吸引大眾媒體、網路媒體與社會大眾注意，如B2受訪者說：「其實已經有一點像是有一個固定的模式，今天發生一個衝突，就趕快散播出去，然後讓大家知道，大家知道之後，趕快把論述新聞稿丟出來，然後讓大家去懂為什麼要（這樣做）」，該團體交叉並用人際傳播與社交媒體，短時間將不同專業的人際網路帶進組織資源。

抗議組織和參與者也不忘在實體空間繼續維繫線上搭起的網絡，設計許多現場活動幫助延續運動的進行，也架設現場網路硬體設備、直播裝置等。負責號召線上志工與物資調動的g0v平台，從不斷實驗與失敗的過程，找出最適合的傳播方式，最後建立有效運作的Hackpad協作平台，處理文字直播與現場資訊流動，也透過網路硬體的搭建，讓現場民眾能夠用行動裝置，把資訊傳遞出去給外界民眾。g0v採取的線上開放模式，依據個人興趣與專長協助整場抗議運動的進行，號召出不曾參加過社會運動的志工。g0v參與者瞿筱葳表示，g0v在這種新興公民運動裡扮演「中介平台」的角色，匯聚起傳統公民團體與關注議題的網民兩種力量，每個議題都引來不一樣專長與興趣的志工，從「鍵盤響應」走向實體支持，提升議題受到關注的程度（黃好婷，2014年4月24日）。

運動期間，另類媒體受訪者不管是刻意或者非刻意擴大消息散佈，主要都是透過自己或是朋友、相關群體的臉書作爲擴散管道，如B6受訪者說所言，不管是g0v或是批踢踢這樣的網路論壇雖然有資訊發佈與討論功能，「仍需要靠臉書這樣有社群功能的平台，才能夠擴大消息的發佈」。然而本研究也發現，太陽花運動期，多數社群媒體與大眾媒體會以網友的意見作爲參考，卻因爲抗議行程緊湊，往往沒有時間針對

airiti

網友意見一一回覆。不過，像是沃草、新聞e論壇、或是架設視訊直播平台的B4受訪者表示，還是會盡量希望能夠回應網民的問題與評論，「有時候網民自己也會在線上討論起來，變成一個對話論述的空間」。

抗議期間民眾對資訊的需求增加，傳播活動更加活躍，社群媒體也成為結合不同平台資訊與人際網絡的媒介，網路論壇、社群媒體、以及行動科技的結合，成功發揮Granovetter（1973）強調的強連結與弱連結的社會網絡，串連弱連結的人際社群與議題導向的社群，社群媒體成功的用議題去結合不同網絡的人脈，這也反映在「反黑箱服貿」臉書專頁管理員趙偉伶（訪談共筆，2014）的話當中，她說很多線路組、物資部、後勤志工彼此之間在線下世界仍「素昧平生」。

因此可知，規則的出現能夠產生權力關係，在行政院驅逐事件結束後，集體論述的分析強調傳媒及民眾的運動訴求和社會動的作用更重要，在相應的組織陸續成立後，不同團體互動的規則也愈來愈清楚。

學生團體4月9日晚間6時將在濟南路廣場召開「反省、凝聚、共同出擊」行動會議，將彙整所有人的意見後，明日晚間6時退出議場的同時，將正式宣布具體行動方案及未來行動計畫。並需獲得多數學生社團和NGO代表認同。10日正式退出立法院議場。

活動到最後大多已常規化，雖然一定全部受到傳媒青睞，但多少會成為新聞，對大眾仍有提醒和動員的作用。受訪者B1、B2和B3都指出，以運動領導人為主的大小活動相結合，皆依性質定下動員的規模，避免過多動員和組織疲，採取細水長的策。由此可以看到，有關的社會組織如能運用恰當的策略，保持適當的活動，即使資源少，也能有效激發傳媒及社會標榜的集體訴求的關注。

伍、重要發現與討論

本文重要研究發現有以下三點，說明如下。

一、個人式傳播和小團體傳播能形成多元抗議詮釋

過去台灣社會運動的報導，大多以大眾媒體上對下的垂直傳播為主，但是太陽花

運動中，雖然仍有垂直傳播現象，也明顯看到水平網絡式的傳播模式。參與者因抗議活動核心理念而集結，網路訊息發布門檻愈來愈低，網路傳播與大眾媒體傳播百花齊放，像是線上直播工具、批踢踢八卦版、臉書動態、LINE群組等方式，不像傳統抗議只能召開記者會或投書主流媒體，才能獲得對外發聲的機會。

當代政治抗議傳播行動者，從自身定位去對抗議資訊進行解碼，透過網路科技將自己對事件的理解對外傳播，與他者產生溝通、討論的論述空間與機會，在不斷互動對話之下，逐漸形成對於抗議事件的詮釋，具傳統抗議傳播的線性模式難以達成的效果。抗議者在參與傳播行動串聯的論辯之中，漸漸找到自身於行動中的定位，形成抗議傳播行動網絡中的異質傳播節點，匯聚成抗議行動的能量。是以網際網路中的動態網絡結構，能聚焦重要議題，透過事件的分享與認同作串聯，能快速聚合大量、異質的群眾分工動能。

這種原本個人或小團體傳播在太陽花運動竟能形成多元抗議的詮釋和推翻政策的能量，可知平時平民百姓的個人傳播或組織小團體傳播，不但透過網路相互培力的連結形成對某些議題的認同或歸屬感，使參與者更易在網路上活躍參與，透過網路，更大量的資源可以在更短的時間內被聚集起來。所以，網路和社群媒體其中一種重要的效果就是使社會動員和集體行動的規模變得更大，形成Earl和Kimport（2011）稱的「超規模效應」（supersize effects）。網路不但可能帶來改變社會運動的效應，更可能帶來改變政治社會效果的效應。

二、科技創新使用形成網絡化動員

新舊媒體在太陽花運動的科技創新使用，可從「抗議主事者的群眾動員」與「網路協作形成彈性化、機動性的運作」討論。

（一）研究發現，抗議主事者主要傳播目的在於動員群眾，因此傳播策略主要複製傳統抗議的傳播模式，也就是以主流媒體作為主要發聲對象，以上街行動作為主要傳播目的，利用主流媒體與街頭行動分進合擊，觸及網路族群以外的民眾，達到宣傳抗議活動的最大效益。

（二）太陽花運動期間，過去社會運動「萬人響應、一人到場」情形不復見，

反而是行動網路與科技愈來愈能有效串聯線上與線下抗議行動，現場與線上分野也愈來愈模糊，議題更有擴散至大眾、造成實質政治影響的機會。本研究受訪的傳播行動者，也指出太陽花運動傳播行動成功的主因，一方面是議題範圍廣闊，另一方面則是立法院佔領行動是前所未有的新聞事件，讓人不得不去注意。

（三）社群媒體特性使得民眾自發性、分散式的傳播，是太陽花的重要創新，民眾可以自由選擇要不要與抗議組織合作，也可以在g0v平台、批踢踢論壇、臉書去召喚集體協作，民眾不一定得與抗議核心搭建直接關係，也可選擇以新興媒體科技，創造自己對於議題的傳播論述，像是受訪者B6，雖在太陽花運動期間有表示合作意願，但他最後仍因個人習慣而選擇獨立作業，自己完成太陽花相關影片剪輯、上傳；台大新聞e論壇也由一群新聞系學生與志願者，自組網路媒體獨立包辦現場採寫工作。

這種新型態的抗議傳播模式如Juris（2005）所說，由網際網路連結而造就多元傘狀網絡，抗議參與者多中心且異質，使得抗議參與的彈性變得更活絡，參與者無需被抗議核心組織收編，而是根據自己意願決定參與程度與方式，自己定位自己在傳播網絡中的節點與連結。行動者網絡因為媒體科技而更凝聚，因資訊流動而相互形成連結關係，聚合愈來愈多不同性質的行動者，共同參與資訊傳遞，建構出比以往抗議傳播更為複雜的傳播網絡。

但我們也不宜高估社群媒體的影響力，因為社會運動的論述和行動經常互為參照，有研究發現，社群媒體對於社會運動的連結和參與影響不一，有些能接觸更多民眾、喚起注意；有些適合分享，但不一定均能轉換成支持。太陽花運動中新舊媒體連結確實啟動運動的能量，社群媒體在其中扮演重要角色（Castells, 2015; Shirky, 2011），但其他案例是否有同樣效果，還需視其能否構成「對抗的公共空間」（Downey & Fenton, 2003）而定。

三、對主流媒體的新聞產製形成重要影響

許多傳播學者主張科技物與人在政治抗議運動的連結中，具有同等重要性，並發現另類媒體對抗議運動有解放動員的能量。從太陽花運動複雜的傳播網絡也可看出，科技創新使用與傳播行動者的行動策略，產生對主流傳媒的重要影響。包括取材納入

更多網路或社群平台來源，打破對政治人物的「服從」關係，角色變得更平等自主，以及仍然掌握專業把關，以示對品質的重視。原因如下：

(一) 主流媒體發現網際網路與抗議傳播愈來愈密不可分，使許多大眾媒體與民眾直接以抗議群眾的網路傳播平台當作新聞來源，抗議者也會使用、分享大眾媒體新聞報導，衝擊傳統大眾媒體的守門模式與線性報導流程，形成多向的資訊流動 (Ems, 2014)。太陽花運動證明社會運動不靠單一媒體能建構，主流媒體仍扮演重要角色，社會運動傳播的發生、傳散過程擴大時間空間，也擴散了多元議題，傳達給社會大眾，主流媒體和社群媒體皆於其中扮演多元而複雜的角色。

(二) 記者和媒體主管都發現，他們和政府政黨的傳統消息來源互動關係，因為科技提供另類資源而打破，政府和政治人物的資訊或議題主導力不但被網路削弱，消息來源更加多元獨立，無須受制於記者或媒體，記者透過社群網絡近用，扮演另一種訊息「轉介」角色，主流媒體和網路均成為年輕世代關注議題的通道，只不過年輕世代主要是從社群媒體先得知，顛覆以往的線性傳播模式。

(三) 記者仍希望守住專業新聞原則，對訊息有若干把關。鄉民慣以嬉笑怒罵冷嘲熱諷的方式表示對政客與權貴的輕視和批評，或以搞笑方式表達心聲，太陽花運動期間的「大腸花論壇」就具有這種性質，發言離經叛道，挑戰理性對話和行為規範，記者A3和A5都會不時上去看看，但「不會用來發新聞」，台大新聞論壇受訪者B1也說，「老師要求我們嚴守新聞原則，我們只重視真正的新聞。」即使如此，仍透過這個案例，看到新舊媒體於社會變遷過程的角色日漸模糊，大眾媒體的專業守門功能更接近看門，因為主流媒體也因近用新科技的方便，反而有利新媒體議題和論述傳播，匯聚成抗議行動的能量。

陸、研究限制與未來研究建議

雖然數位時代的示威看似動員能量更大，但影響改變的力量似乎仍舊很慢，但是社群媒體連結和社會化之特質，有利於參與者的有效合作、建立共識、進行更多規劃，即使有人在示威運動中缺席，仍可透過連結發展出有力的行動，透過線上創新運用工具和網絡，這種發展對於資源有限、人力有限的運動行動者是一大利多 (Norris,

2002; Scheufele & Nisbet, 2002)。

國外網路抗議傳播研究文獻，多從單一媒體角度切入討論，少以抗議傳播行動者作為研究單位，也多以描述型分析或廣泛社會觀察為主，本文綜整Castells (2015) 的網絡概念和Chadwick (2013) 的新舊媒體概念，發現這次運動中已能由行動者配合議題熱度，廣泛使用作為社會運動的工具，而科技的工具性與社會參與、社會動員有顯著關聯。有助找出參與者之間使用媒體的傳播與連結，提供更深入的發現和解答。

不過，本研究也有如下研究限制：

一、網路意見多元紛紜，既能載舟亦能覆舟。在這次政治抗議事件中，各種意見表達的光譜幅員廣大，許多人在網路上尋求認同、暢所欲言，似乎塑造了朝向民主多元發展的景象，但本研究也發現，網路上的活躍傳播者展現的也可能是另一種型態的民粹主義，網路空間可以是理性辯證的平台，也可以是意見兩極化的政治競合舞台。必須以內容分析或文本分析再加深入研究。

二、太陽花運動過程中，雖然可由傳播行動者自述原始連結與行動的動機、方式，闡述媒體的創新使用面。然而，仰賴行動者自我報告在網絡中的自我定位，難以追溯權力在連結當中的流動，這也是本研究重要限制。尤其是網路世界每個行動者其實在政治、經濟、社會的行動資本有所不同，這些資本也直接影響傳播行動連結的強弱，均難以用深度訪談事後追溯。

三、舊媒體與新媒體雖然互相利用彼此的傳播行動，但新媒體是否真正消解傳統媒體的力量，抗議運動的傳播圖像是否真如抗議參與者本身所界定，除了深訪外，仍有必要以田野參與方式，進入運動現場，捕捉研究對象的個人及社會脈絡，並找出個人對事件行動的詮釋，才能發揮抗議傳播的解釋功能，社群媒體和網路媒體本身意涵是否過廣，還待理論驗證。方法上如能用社會學的網絡分析或大數據方法分析，能更深入解答社群媒體的連結、群聚和社會動員的效果。

四、整個運動影響層面廣大，本研究主要以三大事件作為訪問主題，無法看到全貌，研究對象採傳播行動者為主的立意抽樣，也可能有代表性偏誤；訪問時遇到答應的受訪對象也可能因組織或角色關係，無法對外透露一些機密的決策過程，加上仍有部分參與者不願接受訪問，也使資料完整性不足。

arriti
參考文獻

- 王暉婷（2015）。〈民視新聞如何報導社會運動-以太陽花學運為例〉，世新新聞所碩士論文。
- 王維菁、馬綺韓、陳釗偉（2013）。〈網際網路時代的社會運動：以台灣環境運動為例〉，《資訊社會研究》，25：1-22。
- 李立峰（2016）。〈網絡媒體和連結型行動的力量與挑戰：以2014香港雨傘運動為例〉，《傳播研究與實踐》，6（1）：11-44。
- 李明穎（2012）。〈網路潛水者的公民參與實踐之探索：以「野草莓運動」為例〉，《新聞學研究》，112：77-116。
- 李怡志（2016）。〈後學運時期的媒體與閱聽人關係〉，《後學運時代：新聞與傳播環境之反思與展望研討會論文集》，77-87。政大傳院研發中心主編，台北：政大傳院研發中心出版。
- 李建興（2014年4月8日）。〈IT人支援太陽花學運前線大作戰〉。《iThome》網站。取自 <http://www.ithome.com.tw/tech/86460>
- 巫其倫、洪德諭（2014年4月15日）。〈新媒體紛紛在太陽花運動中嶄露頭角〉，《銘報新聞》。
- 林婷億（2014年5月21日）。〈在讚聲中反思傳媒責任與讀者需求：太陽花運動中新媒體的實踐〉。《台大新聞 e 論壇》網站。取自 http://ntujournal.blogspot.tw/2014/05/blog-post_1475.html
- 林照真（2015）。〈分析與批判傳統報紙在聚合現象中的角色：以台灣四大報紙集團為例〉，《中華傳播學刊》，28：3-34。
- 林鶴玲、鄭陸霖（2001）。〈台灣社運的網路經驗初探：一個探索性的研究〉，《台灣社會學刊》，25：111-156。
- 奕之華（2014年4月10日）。〈太陽花資訊端最重要的一環，能夠讓你看到第一手現場的直播，來聊聊 Skywatch〉。《癮科技》網站。取自 <http://www.cool3c.com/article/78457>
- 邱惠恩（2011）。〈另類媒體的議題溢散效果—以苗栗大埔農地徵收事件為例〉，

「2011年中華傳播學會研討會」論文。

馬綺韓（2012）。〈社會運動網路運用之困境：以台灣環境運動為例〉，「2012年中華傳播學會研討會」論文。

陳平軒（2011）。〈從網路到街頭：反國光的動員經驗、成效與反省〉，《台灣社會研究》，85：437-450。

陳怡如（2014年4月14日）。〈[記者部落格]學運雖然落幕，新媒體才正要開始〉。《數位時代》網站。取自 http://bnext.com.tw/article/view/id/31781?fb_action_ids=487325921373218&fb_action_types=og.likes&fb_ref=U0_J9JKPtP1.like

陳怡秀、游婉琪（2014年3月19日）。〈拖鞋撐iPad直播 學生百態〉。《聯合晚報》，A3版。

陳郁仁、吳家翔（2014年3月24日）。〈警方進政院抬人 記者也被誤打〉。《蘋果日報》網站。取自 <http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20140324/365794/>

陳珮琦、王彩鸞（2014年3月24日）。〈媽媽挺魏揚：你非順民 更非暴民〉，《聯合晚報》，取自<http://blog.udn.com/SCFtw2/11963584>

陳維茜（2015）。《新媒體時代下的社會運動實踐—太陽花學運中Facebook使用者的社會運動參與》，世新大學新聞研究所碩士論文。

黃妤婷（2014年4月24日）。〈瞿筱葳：網路時代，每個人都可以是零時政府的一員〉。《Inside》網站。取自 <http://www.inside.com.tw/2014/04/24/g0v-hsiao-wei-chiu-interview>

黃彥棻（2014年4月8日）。〈學運背後的IT推手：g0v零時政府〉。《iThome》網站。取自 <http://www.ithome.com.tw/tech/86462>

黃鈴媚、沈錦惠、曹開明（2014）。〈網路傳播社會中的「電子符號行動者」：從台灣國光石化案重構閱聽人之主體性〉，《傳播與社會學刊》，27：101-148。

童靜蓉（2013）。〈微博傳播和中國新聞業的「認知權威」：以溫州動車事故為例〉，《傳播與社會學刊》，25：73-101。

蔡佳泓、陳陸輝（2015）。〈「中國因素」或是「公民不服從」？從定群追蹤樣本探討太陽花學運之民意〉，《人文及社會科學集刊》，27（4）：573-603。

- 戴廷芳 (2014年3月22日)。〈協調1500學運志工背後的關鍵工具：Hackpad 共筆服務〉。《iThome》網站。取自 <http://www.ithome.com.tw/news/86022/>
- 蘋果日報即時新聞中心 (2014年3月27日) 〈反服貿抗爭擴大：周日集結凱道不設結束時間〉。《蘋果日報》網站。取自 <http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20140327/368175/>
- 蘋果日報突發中心 (2014年3月24日)。〈「黑島青」敢衝 個個獨當一面〉。《蘋果日報》網站。取自 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20140324/35720958/>
- 蘋果日報突發中心 (2014年3月27日)。〈【令】林飛帆：330穿黑衣佔凱道網友估人數25萬起跳〉。《蘋果日報》網站。取自 <http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20140327/368185/>
- 蘋果日報網路中心 (2014年4月11日)。〈《蘋果Live》直播太陽花學運 「600小時」將達陣〉。《蘋果日報》網站。取自 <http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20140403/372656/>
- 蘋果日報網路中心 (2014年8月21日)。〈直播、空拍「極具未來感」《蘋果》奪「年度新聞網站」大獎〉。《蘋果日報》網站。取自 <http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20140821/456224/>
- carson (2014年3月31日)。〈「太陽花運動」 蘋果日報為何能大獲全勝？〉。《科技新報TechNews》專欄部落格。取自 <http://www.businessweekly.com.tw/KBlogArticle.aspx?id=6874>
- carson (2014年3月30日)。〈太陽花運動蘋果、中時閱讀率高下立判〉，《科技新報》，取自 <http://technews.tw/2014/03/30/sunflower-boost-apple/>
- Anduiza, E., Cristancho, C., & Sabucedo, J. M. (2014). Mobilization through online social networks: The political protest of the indignados in Spain. *Information, Communication & Society, 17*, 750-764.
- Askanius, T., & Gustafsson, N. (2010). Mainstreaming the alternative: The changing media practices of protest movements. *Interface, 2* (2), 23-41.
- Atton, C. (2002). *Alternative media*. London, UK: Sage.

- Atton, C., & Hamilton, J. F. (2008). *Alternative journalism*. London, UK: Sage.
- Bakardjieva, M. (2009). Subactivism: lifeworld and politics in the age of the Internet. *Information Society, 25*, 91-104.
- Bakardjieva, M. (2011). Reconfiguring the mediapolis: New media and civic agency. *New Media & Society, 25*(2), 91-104.
- Baringhorst, S. (2008). Political protest on the net. *German Policy Studies, 4*(4), 63-93.
- Beckwith, M. (2012). The birth of a global citizenry: fantasy or future reality. In: Hubbard B (ed.) *Birth 2012 and beyond: Humanity's great shift to the age of conscious evolution*. USA: Shift Books
- Bennett, W. L. (2003). Communicating global activism: Strengths and vulnerabilities of networked politics. *Information, Communication & Society, 6*(2), 143-168.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. (Shi, A. B., & Yang, Y. K. Trans.). *Communication & Society, 26*, 211-245.
- Biekart, K., & Fowler, A. (2013). Transforming activism 2010+: exploring ways and waves. *Development and Change, 44*(3), 527-546.
- Bimber, B., Flanagin, A. J., & Stohl, C. (2005). Reconceptualizing collective action in the contemporary media environment. *Communication Theory, 15*, 365-388.
- Blumler, J., & Gurevitch, M. (2005). Rethinking the study of political communication. In J. Curran & M. Gurevitch (Eds.), *Mass media and society* (pp. 104-121). London, UK: Hodder Arnold.
- Boyle, M. P., & Schmierbach, M. (2009). Media use and protest: The role of mainstream and alternative media use in predicting traditional and protest participation. *Communication Quarterly, 57*(1), 1-17.
- Brantz, K. & van Pragg, P. (2006). Signs of media logic: Half a century of political communication in the Netherlands. *Javnost/The Public, 13*:25-40.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. (2nd

ed.). Cambridge: Polity Press.

- Ceron, A. (2015). Internet, news, and political trust: The difference between social media and online media outlet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20, 487-503.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Christensen, C. (2011). 'Twitter revolutions? Addressing social media and dissent', *The Communication Review*, 14, 155-57.
- Coleman, S. & Blumler, J. G. (2009). *The Internet and democratic citizenship: Theory, practice and policy*. New York, NY.
- Cottle, S. (2011). Media and the Arab uprisings of 2011: Research notes. *Journalism*, 12(5), 647-659.
- Couldry, N., & Curran, J. (2003). *Contesting media power: Alternative media in a networked world*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Couldry, N., and Langer, A. (2005). Media consumption and public connection: toward a typology of the dispersed citizen. *The Communication Review*, 8(2), 237-257.
- Dalton, R. (2006). Social modernization and the End of Ideology debate: Patterns of ideological polarization, *Japanese Journal of Political Science*, 7(1), 1-22.
- Dalton, R., van Sickle, A., & Weldon, S. (2009). The individual-institutional nexus of protest behaviour. *British Journal of Political Science*, pp. 1-23. Cambridge University Press
- Denzin, N. (1989). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Downey, J., & Fenton, N. (2003). New media, counter publicity and the public sphere. *New Media and Society*, 5(2), 185-202.
- Downing, J. (2001). *Radical media: Rebellious communication and social movements*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dutton, W. (2007). Through the network (of networks) - The fifth estate. *Inaugural lecture*. Lecture conducted from University of Oxford Examination Halls, Oxford, UK.
- Earl, J., & Kimport, S. (2011). *Digitally enabled social change: Activism in the internet age*.

- Cambridge, MA: MIT Press.
- Ems, L. (2014). Twitter's place in the tussle: How old power struggles play out on a new stage. *Media Culture Society, Published online before print*, 1-12.
- Fenton, N. (2016). *Look left: Digital media and radical politics*. Cambridge: Polity.
- Freedman, D. (2014). *The contradictions of media power*. London: Bloomsbury
- Gamson, W. A., & Wolfsfeld, G. (1993). Movements and media as interacting systems. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 528, 114-125.
- Garcelon, M. (2006). The 'Indymedia' experiment: The Internet as movement facilitator against institutional control. *Convergence*, 12(1), 55-82.
- Garrett, R. K. (2006). Protest in an information society: A review of literature on social movements and new ICTs. *Information, Communication & Society*, 9(2), 202-224.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the streets: Social media and contemporary activism*. London: Pluto Press.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media and the making and unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press.
- Glasgow University Media Group (1976). *Bad news*. Routledge and Kegan Paul.
- Grewal, D. S. (2008). *Network power: The social dynamics of globalization*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Gurevitch, M., & Blumler, J. G. (1990). Political communication systems and democratic values. In J. Lichtenberg (Ed.), *Democracy and the mass media* (pp. 269-287). New York, NY: Cambridge University Press.
- Gurevitch, M., Coleman, S., & Blumler, J. G. (2009). Political communication—Old and new media relationships. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 625, 164-181.
- Harcup, T. (2005). "I'm doing this to change the world": Journalism in alternative and mainstream media. *Journalism Studies*, 6(3), 361-374.
- Hermida, A., Lewis, S. C., & Zamith, R. (2014). Sourcing the Arab Spring: A case study of Andy Carvin's sources on Twitter during the Tunisian and Egyptian revolutions. *Journal of*

Computer-Mediated Communication, 19, 479-499.

Howard, P. N., & Parks, M. R. (2012). Social media and political change: Capacity, constraint, and consequence. *Journal of Communication*, 62, 359-362.

Juris, J. S. (2005). The new digital media and activist networking within anti-corporate globalization movements. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 597, 289-308.

Kenix, L. J. (2011). The future of alternative media? *Observatorio (OBS*) Journal*, 5(1), 187-214.

Kenix, L. J. (2012). *Alternative and mainstream media: The converging spectrum*. London, England: Bloomsbury.

Lee, F. L. F., & Chan, J. M. (2011). *Media, social mobilization and mass protests in post-colonial Hong Kong: The power of a critical event (Media, Culture and Social Change in Asia)*. London, UK: Routledge.

Leung, D. K. K., & Lee, F. L. F. (2014). Cultivating an active online counterpublic: Examining usage and political impact of internet alternative media. *The International Journal of Press/Politics*, 19(3), 340-359.

Lim, M. (2013). Many clicks but little sticks: Social media activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 43(4), 636-657.

Lipsky, M. (1968). Protest as a political resource. *American Political Science Review*, 62(4), 1144-1158.

MacKinnon, R. (2012). *The Netizen. Development*, 55(2), 201-204.

McChesney, R. (2014). *Digital disconnect: How capitalism is turning the internet against democracy*. New York, NY: The New Press.

McLeod, D. M., & Hertog, J. K. (1998). Social control and the mass media's role in the regulation of protest groups: The communicative acts perspective. In D. Demers & K. Viswanath (Eds.), *Mass media, social control and social change* (pp. 305-330). Ames: Iowa State University Press.

Norris, P. (2002). *Democratic Phoenix: Reinventing political activism*. New York: Cambridge

University Press.

Nunes, R. (2014). *Organisation of the organisationless: Collective action after networks*. Berlin: Leuphana/Mute/Post-Media Lab.

Oliver, P. E., & Maney, G. M. (2000). Political processes and local newspaper coverage of protest events: From selection bias to triadic interactions. *American Journal of Sociology*, 106(2), 463-505.

Penney, J., & Dadas, C. (2013). (Re)Tweeting in the service of protest: Digital composition and circulation in the Occupy Wall Street movement. *New Media & Society*, 16, 74-90.

Poell, T. & Borra, E. (2012). Twitter, YouTube, and Flickr as platforms of alternative journalism: The social media account of the 2010 Toronto G20 protests. *Journalism*, 13(6), 695-713.

Poell, T. (2014). Social media and the transformation of activist communication: Exploring the social media ecology of the 2010 Toronto G20 protests. *Information, Communication & Society*, 17(6), 716-731.

Poell, T., & van Dijck, J.F.T.M. (2015). Social media and activist communication. In C. Atton (Ed.), *The Routledge companion to alternative and community media*. (pp. 527-537). London: Routledge.

Robertson, A. (2013). Connecting in crisis: “Old” and “New” Media and the Arab Spring. *The International Journal of Press/Politics*, 18(3), 325-341.

Rodríguez, C., Ferron, B., & Shamas, K. (2014). Four challenges in the field of alternative, radical and citizens’ media research. *Media, Culture & Society*, 36(2), 150-166.

Scheufele, D. A., & Nisbet, M. C. (2002). Being a citizen online - New opportunities and dead ends. *Harvard International Journal of Press-Politics*, 7(3), 55-75.

Shirky, C. (2011). The political power of social media: Technology, the public sphere, and political change. *Foreign Affairs*. Retrieved: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2010-12-20/political-power-social-media>,

Stein, L. (2009). Social movement web use in theory and practice: A content analysis of US movement websites. *New Media & Society*, 11(5), 749-771.

Sundet, V.S. (2007). The dream of mobile media. In T. Storsul & D. Stuedahl (Eds.),

Ambivalence towards convergence: Digitalization and media change (pp. 87-113). Sweden: Nordicom.

Terchek, R. (1974). Protest and bargaining. *Journal of Peace Research*, 11(2), 133-144.

Tremayne, M. (2014). Anatomy of protest in the digital era: A network analysis of Twitter and Occupy Wall Street. *Social Movement Studies*, 13, 110-126.

Tuchman, G. (1978). *Making news*. New York, NY: Free Press.

Tufekci, Z. (2014). Social movements and governments in the digital age: Evaluating a complex landscape. *Journal of International Affairs*, 68(1), 1-18.

Valenzuela, S., Arriagada, A., & Scherman, A. (2012). The social media basis of youth protest behavior: The case of Chile. *Journal of Communication*, 62(2), 219-314.